

Když si psycholog počíná neeticky

Publikováno v [Filozofie](#) Od: [David Lacko](#) Dne: Květen 17, 2015

Co je to etika a morálka?

Etické chování a morálka doprovázely lidské úvahy snad již od samotného počátku myšlení. O důležitosti této problematiky svědčí existence filosofické disciplíny etiky, tedy „*vědy o mravnosti člověka, o původu a vývoji jeho morálního vědomí, svědomí a jednání.*“ (Hartl a Hartlová, 2010, str. 133) Je proto logické, že se k problematice etického chování a morálky vyjádřil nespočet myslitelů, a že morálka položila základy práva, neb, jak tvrdil např. Georg Jellinek, „*právo je minimem morálky.*“ (Císař, 2009) Abychom se ale mohli zamyslet nad neetickým a nemorálním jednáním psychologa, musíme si prvně uvědomit, co to vlastně morálka je, a jak na morální a etické jednání nahlíží základní etické teorie.

Morálka, tak jak ji definuje Hartl a Hartlová (2010, str. 318), je „*mravní kodex; soubor principů posuzovaných z hlediska dobra a zla a řídících chování a jednání lidí; lze [ji] chápat jako vnitřní víru či přesvědčení a vnější principy vyžadované společností.*“ Z toho vyplývá nejenom, že se morálka snaží oddělovat dobro od zla, ale že existuje i morálka vnitřní (např. naše vlastní přesvědčení) a morálka vnější (např. zvyklosti kultury). Svět ale nebývá černobílý a většinou je identifikace dobra a zla velmi složitý, ne-li dokonce nemožný proces. Situaci komplikuje i to, že etické chování by mělo být v souladu s morálkou vnitřní a vnější, nicméně nesmíme zapomenout na fakt, že každá společnost má vnější morálku mírně odlišnou, a že naše vnitřní morálka může být s tou vnější dokonce v rozporu. Přestože to vypadá, že je absolutní morálka nerealizovatelná a jsme odsouzeni k relativistické morálce existencionalistů, následující myslitelé absolutní hodnotu, a tedy i měřítko dobra a zla, našli.

Etické teorie

Ačkoliv každý myslitel nahlížel na to, co je morální a nemorální individuálně, nejznámější a nejstručnější definicí morálního chování je asi biblické Zlaté pravidlo tvrdící, že „*co sám nenávidíš, nikomu nečiň!*“ (Bible, Tóbijáš 4, 15), eventuálně pak jeho zdokonalená forma pronesená Immanuelem Kantem, která vešla ve známost jako tzv. kategorický imperativ, jenž zní „*jednej jen podle té maximy, o níž můžeš zároveň chtít, aby se stala obecným zákonem.*“ (Kant, 1990, str. 84)

Kantova deontologická etická teorie, která vychází z povinnosti jednotlivce konat dobro, však není ani zdaleka jediná, i když je mnohými považována za etický vrchol. Ještě před Kantem se k etice vyjadřovali antičtí myslitelé, kteří zdůrazňovali ctnosti. V tomto pohledu každý, kdo jedná v souladu s antickými ctnostmi, jedná i eticky. Pro ilustraci, Aristoteles, který považoval za nejvyšší ctnost blaženost (*eudaimonia*), napsal, že „*býti blažen jest totéž, jako dobře žítí, dobře jednati a dobře se míti.*“ (Aristoteles, str. 28) Přímo Kantovi pak oponuje etická teorie utilitarismu, jejíž základy podal už zakladatel hédonismu Aristippos z Kyreny, jehož nejvyšším etickým principem bylo dosahování

slasti. Mezi nejvýznamnější představitele utilitarismu patřil Kantův současník Jeremy Bentham a jeho pokračovatelé John Stuart Mill a Henry Sidgwick. Dle utilitaristické etiky neexistuje správné jednání samo o sobě, protože správné jednání se stává správným až v jeho důsledcích (neboli konsekvencích, proto je také občas nazýván jako konsekvencialismus). (Driver, 2014) Tedy, morálně správné je to jednání, které způsobí co největší dobro co nejvíce lidem, což v nás oprávněně evokuje jakýsi machiavelismus, jehož mottem je, že *účel světi prostředky*.

Jaké je etické chování?

Velmi zjednodušeně by se dalo říct, že v antickém pohledu je lidské chování morální jen tehdy, pokud člověk oplývá ctnostmi a je víceméně irrelevantní, jak se chová a jaké má jeho chování následky. V Kantově pojetí pak záleží na činu samotném. Je-li čin dobrý a morální, není důležité, jaký je člověk, či jaký má čin následek. A utilitarismus klade důraz především na následky a čin je morální jen tehdy, pokud je morální jeho následek (což je v našem případě dobro pro většinu).

Chceme-li se dopátrat toho, jaké chování psychologa je etické, zbývá nám vyjasnit si ještě některé rozpory. Stále jsme nevyřešili spor relativistické a absolutní morálky. Ačkoliv se osobně přikláním spíše k relativní morálce, jsou zde věci, na které jako společnost nahlížíme absolutně. Holocaust byl špatný. Těžko ve svém okolí teď najdete člověka, který by holocaust považoval za dobrý a morální čin. A přesto, relativistický moralista by měl tuto možnost alespoň připustit. Domnívám se tedy, že určitý absolutismus v morálce existuje, resp. jsme si jej stvořili. A v praxi je jedno, jestli je to konsenzus většiny lidí, jako je např. shoda na tom, že krást se nemá, nebo Kantův kategorický imperativ.

Zbývá vyřešit ještě jeden spor, a sice určit, dle které etické teorie budeme etické chování posuzovat. Domnívám se, že nejvhodnější je jakási kombinace všech přístupů, neb ani jeden sám o sobě v dnešní době nestačí. Chování člověka oplývající určitými ctnostmi a priori nezaručuje morální chování. Utilitarista svůj čin zase nemůže nazvat morálním do té doby, dokud není morální jeho následek, přičemž de facto riskuje, neboť následek není nikdy schopen stoprocentně předpovědět. A deontologův maximálně etický čin může paradoxně napáchat víc škody než užitku.

Psycholog by proto měl oplývat určitými ctnostmi (samozřejmě převedené na naši dobu a psychologický kontext – tedy např. profesionalita, spravedlivost apod.), jeho čin musí být morální sám o sobě a následek jeho činu být dobrý. Takové chování by bezesporu každý z nás nazval morálním a etickým. Za neetické chování proto lze považovat jen to chování, které závažně poruší (nikoliv mírně, jako je např. lhaní klientovi v jeho prospěch – takové chování by sice asi nebylo maximálně etické, ale rozhodně bychom jej nenazvali neetickým) jedno či více u těchto podmínek. Asi se shodneme, když nazveme klinického psychologa, jehož úmyslem bylo poškodit klienta namísto ho léčit, za neetického. Obdobně to platí u ambulantního psychologa, jehož neprofesionalita a

neodpovědnost ohrozí stav pacienta. A v neposlední řadě bychom za neetického považovali i psychologa-vědce, který se snažil vědomosti získat pomocí metody, která by poškodila respondenty.

Tyhle tři podmínky jsou však velmi obecné. Nastavují spíše filosofický koncept etiky chování psychologa, než aby řešily konkrétní neetické přečiny, neboť psycholog ne vždy, ať už vědomě či nevědomě, jedná eticky. Za tímto účelem byly zřízeny etické komise a etické kodexy a i přesto, že nejsou pro psychology právně závazné, bývá pravidlem, že je psycholog dodržuje. Na kombinaci etických kodexů a mnou popsaneého filosofického konceptu se podívám v následujících kapitolách.

Když psycholog jedná neeticky

Jelikož jsem osobně nezažil žádné etické psychologické dilema, nebudu přemýšlet nad etikou klinických psychologů, kteří se ve své praxi často potýkají např. s ohlašovací povinnostmi. Nebudu rozebírat ani některé etické přešlapy vědců-psychologů, kteří, vědomě či nevědomě, uvěřili ve „vědecký utilitarismus“ a podnikli mnohé neetické experimenty, jako je v Česku relativně známý Milgramův experiment (viz Lacko, 2014a) nebo Stanfordský vězeňský experiment (viz Lacko, 2014b).

Zamyslím se obecně nad povoláním psychologa v dnešním světě a jeho odpovědností. Konkrétně pak nad jednou z moderních odnoží psychologie – psychologie PR a reklamy.

V tomto oboru psychologové (často společně s neurology) studují vliv reklamy, manipulace a propagandy, a poznatky pak poskytují soukromým firmám (Vyseklová, 2007), které je využívají a často i zneužívají ve svůj prospěch a k manipulaci, resp. ovlivňování zákazníka. Psychologie reklamy se může využít třeba i v politické kampani, kde se snaží politikovi nalákat co nejvíce voličů. Nemyslím si, že je důležité rozebírat poznatky a trendy, které v této části výzkumu existují, zmíním proto jen potenciál, který mají. Představme si situaci, kdy skupina psychologů pomůže v politické kampani extrémistovi, který, jakmile se dostane k moci, začne ohrožovat demokratické uspořádání naší společnosti. Bude v tomto případě jednání těchto psychologů etické? A co když psycholog pomůže firmě s reklamou, která navede zákazníka koupit si zbytečný a předražený produkt, čímž ho dostane do finančních potíží? Anebo vědec, který se s cílovou firmou ani nesetká, nýbrž přijde s neuvěřitelným vědeckým poznatkem, jehož potenciál při zneužití bude natolik nebezpečný, že ohrozí naši společnost? Provokativní otázky, že ano? Pojďme na ně zkusit odpovědět.

Je takovéto využívání psychologických poznatků neetické?

Je potřeba si uvědomit, že psycholog není kouzelník a psychologie jakožto věda má značně omezené prostředky. Neplatí tedy to, co si mnozí myslí, že psycholog umí číst mysl a kohokoli zmanipulovat. Neplatí však ani to, že by psychologické poznatky byly irelevantní, a že by tudíž nemohly způsobit zlo, pokud by byly zneužívány.

Když Einstein dostal strach, že by nacistické Německo mohlo vynalézt atomovou bombu, prosazoval v USA její vývoj, aby se zbraň nedostala do těch „horších“ rukou. Einstein tedy nejenom, že identifikoval zlo, ale rozhodl se proti němu i bojovat pomocí vědy. Psychologie, ačkoliv značně ovlivňuje náš svět, nemá takovou sílu jako fyzika. Nedokáže pomocí jedné tajemné formule proměnit národ v nemyslicí vraždící maniaky. Přesto by se měla mít na pozoru pro případ, že by i ona stála u možnosti sloužit zlu. Psychologa, který by takto jednal, či takové jednání toleroval, bychom (byť možná až v budoucnu) označili za nemorálního a neetického. Dnes psychologie žádnou atomovou bombu nevyrábí, nestojí proto před takovým dilematem. Nemůžeme ale vyloučit, že někdy v budoucnu se v podobné situaci psychologové ocitnou.

V dnešní době sice atomovou bombu nebudujeme, budujeme však menší zbraně, psychologické poznatky, které mají za cíl ovlivňovat lid. Jednají tedy psychologové, kteří pomáhají firmám v reklamě či politikům v kampani neeticky?

Etický kodex Českomoravské psychologické společnosti (ČMPS, 1998) tvrdí, že *„psycholog vykonává své povolání ve prospěch jednotlivce a společnosti“*, a že *„nesmí využít profesního vztahu k dalším osobním, náboženským, politickým či jiným ideologickým zájmům.“* V metakodexu Evropské federace psychologických asociací (EFPA, 2005) se pak píše, že psychologové *„usilují rovněž o to, aby pomáhali veřejnosti při rozvíjení kvalifikovanějších soudů, při volbách rozhodnutí souvisejících s lidským chováním a při rozvoji úsilí vedoucího ke zdokonalení jak jednotlivce, tak společnosti“*, a taktéž se tam upozorňuje na *„zneužitá psychologických poznatků a znalostí či praktických dovedností.“* V Carta Ethica, charty profesionální etiky pro psychology (EFPA, 1994), je mj. zmínka o společenské odpovědnosti psychologů: *„psychologové respektují a usilují o to, podporovat základní práva jednotlivce, jeho svobodu, důstojnost, sebevědomí, autonomii, dobrou duševní pohodu a zdraví.“* A konečně, nejkomplexnější etický kodex Americké psychologické asociace (APA, 2010) tvrdí: *„Psychologové se zavazují ke zlepšení vědeckých a odborných znalostí a porozumění lidského chování a k využití těchto znalostí ke zlepšení stavu jednotlivců, organizací a společnosti. [...] Snaží se pomáhat veřejnosti vytvářet informované soudy.“* Z výše citovaných kodexů je patrné, že mnohé činnosti reklamních psychologů jsou v rozporu s danými etickými normami. Např. psycholog vytvářející reklamu, která ovlivňuje zákazníka, principiálně porušuje jeho autonomii a nerozvíjí jeho kvalifikovanější úsudek, protože *„cílem většiny komunikačních kampaní je ovlivnit postoje a chování lidí.“* (Vyseklová, 2007, str. 51) Nehledě na společenskou odpovědnost a snahu o zlepšení společnosti. V souladu s etickými kodexy i filosofií etiky načrtnutou výše, můžeme prohlásit, že chování psychologů vypomáhajících v reklamách nemusí být vždy etické, ba co víc, můžeme jej místy považovat i za neetické.

A jak je tomu u vědců, jejichž poznatky jsou k takovýmto účelům využívány? Radvan Bahbouh (Weiss, 2011, str. 145) připomíná, že *„jedním z výzkumných dilemat je zvážení možností společenských dopadů výzkumů.“* Etický kodex Akademie věd České republiky

(AV ČR, 2014) tvrdí, že „výzkumný pracovník zaměřuje svůj výzkum na rozšíření hranic vědeckého poznání a dbá, aby jeho prakticky využitelné výsledky sloužily ku prospěchu společnosti; provádí výzkum tak, aby neohrozil společnost, životní prostředí či kulturní hodnoty; vystupuje proti neetickému a nevhodnému užití vědeckých poznatků.“ Ergo, je jasné, že si výzkumníci uvědomují potenciál, který jejich vědecké poznatky mají, a je jim také jasné, že některé poznatky jsou nejenom zneužitelné, ale, to především, pro společnost nebezpečné. Nemyslím si však, že bychom v blízké době museli takovému etickému dilematu čelit, nejsme ani zdaleka na stopě znalosti, která by se svou silou dala přirovnat k atomové bombě. Jsme spíše jako výrobci nožů, jejichž přínos pro společnost je obrovský a nikdo jejich výrobu nezastavuje jen kvůli pár psychopatům, kteří nůž užili nemorálně. Ostatně, i zjištění z psychologie reklamy a PR významně přispívá do mozaiky lidského vědění a napomáhá nám pochopit lidskou mysl. Je však potřeba uvědomit si skutečnost, že psychologové fungující v těchto oborech se pohybují nebezpečně blízko neetické hranici a stačí jim velmi málo, aby ji překročili. Z filosofického pohledu mohou být činy těchto psychologů, a jejich důsledky, leckým označeny za neetické. Z konkrétnějšího pohledu etických kodexů lze jejich chování taktéž místy označit za neetické. Vědecký přínos jejich poznatků je však obrovský a prozatím nikoho neohrožující. Psychologové by proto tuhle společenskou odpovědnost měli mít na paměti. Jak píše Vyseklová (2007, str. 52) „Každý, kdo reklamu, nebo přesněji, jakoukoli marketingovou komunikaci provozuje a optimalizuje její účinnost pomocí psychologických metod, je odpovědný za všechny účinky, které má.“ A o tom je v podstatě celý závěr mé práce. Netroufám si tyto odborníky nazývat neetickými, neboť jejich chování ještě ani zdaleka není tak vlivné, jak by mohlo být. Rád bych pouze upozornil na odpovědnost, kterou mají a na to, že mohou vcelku lehce překročit hranice etiky, které jsme si stanovili a přijali za své.

Použité zdroje:

APA (2010). Ethical principles of psychologists and code of conduct. American Psychological Association. Dostupné z WWW: < <http://www.apa.org/ethics/code/>>

Aristoteles (1996). Etika Níkomachova. 2. vyd., Praha: Rezek, ISBN 80-901796-7-3.

AV ČR (2014). Etický kodex výzkumných pracovníků v AV ČR. Praha: AV ČR. Dostupné z WWW: < http://www.cas.cz/o_avcr/zakladni_informace/dokumenty/eticky_kodex.html>

Bible: Písmo svaté Starého a Nového zákona. Český ekumenický překlad. Tobiáš, 4, 15. Dostupné z WWW: <<http://www.biblenet.cz/b/Tob/4>>.

Císař, T. (2009). Právo a morálka. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Právnická fakulta. Vedoucí práce Miloš Večeřa. Dostupné z WWW: <http://is.muni.cz/th/53259/pravf_m/>.

ČMPS (1998). Etický kodex ČMPS. Praha: ČMPS. Dostupné z WWW: <<http://cmps.ecn.cz/?page=eticky-kodex>>

Driver, J. (2014). The History of Utilitarianism, The Stanford Encyclopedia of Philosophy, Edward N. Zalta (ed.). Dostupné z WWW: <<http://plato.stanford.edu/archives/win2014/entries/utilitarianism-history/>>.

EFPA (1994). Carta Ethica. Dostupné z WWW: <<http://cmps.ecn.cz/dl/ekefpa95.pdf>>

EFPA (2005). Metakodex etiky. Dostupné z WWW: <<http://cmps.ecn.cz/dl/ekefpa95.pdf>>

Hartl, P. a Hartlová, H. (2010). Velký psychologický slovník. Vyd. 4., Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-686-5

Kant, I. (1990). Základy metafyziky mravů. Immanuel Kant; [z německého originálu přeložil Ladislav Menzel]. Praha: Svoboda (Filozofické dědictví), ISBN 8020501525.

Lacko, D. (2014a). Poslušnost vůči autoritě: Proč lidé zabíjejí na rozkaz?. K zamyšlení. ISSN: 2336-3304. Dostupné z WWW: <<https://www.kzamysleni.cz/poslusnost-vuci-autorite-proc-lidi-zabijeji-na-rozkaz/>>

Lacko, D. (2014b). Luciferův efekt: Proč se z dobrých lidí stávají lidé zlí?. K zamyšlení. ISSN: 2336-3304. Dostupné z WWW: <<https://www.kzamysleni.cz/luciferuv-efekt-proc-se-z-dobrych-lidi-stavaji-lide-zli/>>

Vysecklová, J. (2007). Psychologie reklamy. 3. vyd., Praha: Grada, ISBN 978-80-247-2196-5.

Weiss, P. a kol. (2011). Etické otázky v psychologii. Vyd. 1., Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-845-6